

**ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *HANDPHONE* XIAOMI**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fakultas Komunikasi dan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta)



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

Anton Setiaji Al Abror

B100130189

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertandatangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *HANDPHONE* XIAOMI**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fakultas Komunikasi dan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta)

Yang ditulis oleh :

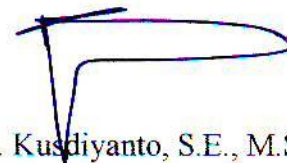
Anton Setiaji Al Abror

B100130189

Penandatangan berpendapat bahwa penelitian tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima.

Surakarta 5 Februari 2018

Pembimbing



(Drs. Kusdiyanto, S.E., M.Si)

Mengetahui Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Drs. Hamsudin, M.M)

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDPHONE* XIAOMI

(Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fakultas Komunikasi dan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta)

Yang ditulis oleh:

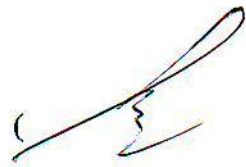
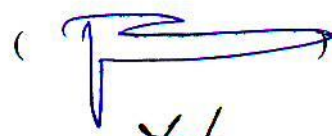

Anton Setiaji Al Abror

B100130189

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta pada hari Senin, 5 Februari 2018 dan
Dinyatakan telah memenuhi syarat.

Dewan Penguji:


1. Drs. Sujadi, M.M
Ketua Dewan Penguji
2. Drs. Kusdiyanto, M.Si.
Sekertaris Dewan Penguji
3. Kussudiyarsana, S.E., M.Si., Ph.d
Anggota Dewan Penguji

()
()
()

Mengetahui Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



()
Dr. Syamsudin, M.M)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ANTON SETIAJI AL ABROR

NIM : B100130189

Jurusan : MANAJEMEN

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP

KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDPHONE* XIAOMI

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 5 Februari 2018

Yang membuat pernyataan

(ANTON SETIAJI AL ABROR)

MOTTO

“Sesuatu yang belum dikerjakan, seringkali tampak mustahil; kita baru yakin kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik” (Evelyn Underhill).

*“Bekerjalah bagaikan tak butuh uang. Mencintailah bagaikan tak pernah disakiti.
Menarilah bagaikan tak seorang pun sedang menonton”
(Mark Twain).*

PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT serta junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, karena rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan kewajiban yang menjadi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Setelah melewati berbagai tahap, syukur Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikannya.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini dapat selesai dengan tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk, saran serta motivasi dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini khususnya kepada:

1. Allah SWT yang telah mencurahkan segala nikmat dan karuniaNYA sehingga usaha untuk semua ini di berikan kelancaran dan kemudahan.
2. Ayah, Ibu, atas doa, kasih sayang, motivasi, bimbingan, nasihat, bekal ilmu hidup, dan jerih payah agar penulis menjadi anak yang sukses dunia akhirat.
3. Bapak Drs. Kusdiyanto, S.E., M.Si selaku pembimbing yang selalu ikhlas memberikan bimbingan, motivasi dan nasehat-nasehat dengan baik dan sabar.
4. Sahabat-sahabat satu bimbingan yang tidak pernah bosan memberikan bantuan, motivasi dan nasehat.
5. Semua pihak yang telah berkenan memberikan bantuan.

Menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun akan sangat berguna agar pada penulisan selanjutnya dapat menghasilkan karya yang lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDPHONE* XIAOMI

(Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fakultas Komunikasi dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta)

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan menganalisis dan menguji pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian *handphone* Xiaomi. Jenis penelitian ini mengacu pada pendekatan positif, yaitu pendekatan yang memulai riset dengan hipotesis dan kemudian dilanjutkan dengan pengujian hipotesis. Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Sampel penelitian ini terdiri dari 50 sampel dengan metode pengambilan sampel *non probability sampling*. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dan selanjutnya uji asumsi klasik yang terdiri dari empat uji, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji otokorelasi dan uji heteroskedastisitas.

Hasil dari penelitian diperoleh hasil bahwa variabel asosiasi merek, persepsi merek, dan loyalitas merek secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel kesadaran merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel independen yang terdiri dari kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi merek, dan loyalitas merek secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. 45,3% keputusan pembelian *handphone* Xiaomi dipengaruhi oleh kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi merek, dan loyalitas merek.

Kata kunci : Keputusan Pembelian, Ekuitas Merek

ABSTRACT

This research aims to analyze and test the effect of brand equity on mobile purchasing decision Xiaomi. This type of research refers to a positive approach, the approach that initiates research with the hypothesis and then proceed with hypothesis testing. The population of this study is all students of Faculty of Economics and Business Faculty of Muhammadiyah University of Surakarta. The sample of this research consisted of 50 samples with non probability sampling. Analysis technique in this research is multiple linear regression and then classical assumption test consist of four test, that is normality test, multicollinearity test, autocorrelation test and heteroscedasticity test.

The result of this research shows that brand association, brand perception, and brand loyalty partially have no significant effect on purchasing decision, while the brand awareness variables partially have significant effect on purchasing decision. Independent variables consisting of brand awareness, brand association, brand perception, and brand loyalty together have a significant effect on purchasing decisions. 45.3% of Xiaomi's mobile phone purchase decisions are influenced by brand awareness, brand association, brand perception, and brand loyalty.

Keywords: Purchase Decision, Brand Equity

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayahNya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDPHONE* XIAOMI (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fakultas Komunikasi dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta) “.

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama penyusunan skripsi ini telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, untuk itu tidak lupa penulis ucapkanterima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Triyono, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, SE., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Kusdiyanto, S.E., M.Si selaku Pembimbing Skripsi yang dengan sabar dan tulus telah memberikan bimbingankepada penulis dalam penulisan demi kemajuan skripsi penulis

4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
5. Semua pihak yang telah membantu dan tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Dengan selesainya penyusunan skripsi ini, penulis berhadap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Surakarta, __ _____ 2017

Penulis

Anton Setiaji Al Abror

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan Skripsi	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Tinjauan Teori	7
B. Penelitian Terdahulu	26

C. Kerangka pemikiran	27
D. Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Jenis Penelitian	29
B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	29
C. Data dan Sumber Data	31
D. Metode Pengumpulan Data	31
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	32
F. Metode Analisis.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. Karakteristik Responden	39
B. Analisis Data	41
C. Pembahasan	50
BAB V PENUTUP	52
A. Simpulan	52
B. Keterbatasan Penelitian	53
C. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jurusan	40
Tabel 4.3 Responden Tahun Angkatan	41
Tabel 4.4 Uji Validitas	42
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Otokorelasi	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	46
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Uji t	47
Tabel 4.11 Hasil Uji F	48
Tabel 4.12 Hasil Uji Determinasi (R^2)	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	27
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	57
Lampiran 2. Tabel Data Penelitian	60
Lampiran 3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	62
Lampiran 4. Uji Asumsi Klasik	66
Lampiran 5. Uji Hipotesis	69